

INTERVENTO

# Sprint del Governo sulla lotta al falso «made in Italy»

di **Carlo Calenda**

**L'**analisi di Roberto Iotti «In Europa è l'ora di puntare i piedi», pubblicato dal Sole 24 Ore il 10 ottobre, merita una risposta da parte mia. Se, fino ad oggi, l'Europa ha fornito risposte troppo deboli sulla questione della tutela dei nostri prodotti agroalimentari rispetto a fenomeni di imitazione nel mondo, l'Italia, al contrario, non ha mancato di far sentire la sua voce. Nei mesi scorsi il Governo ha posto, con un'iniziativa senza precedenti, un veto all'attuazione provvisoria degli accordi di libero scambio tra Europa, Costa Rica e El Salvador. Il nostro stop è arrivato dopo che l'US Dairy - l'associazione statunitense dei produttori di formaggi - si era opposta alla registrazione delle indicazioni geografiche di Parmigiano Reggiano, Provolone Valpadana, Fontina, Gorgonzola, Grana Padano e Prosciutto di Parma nei due Paesi centro-americani, con la chiara intenzione di condizionare il negoziato di libero scambio Ue-Usa.

La materia è molto complessa e ha diversi filoni: 1) la contraffazione vera e propria; 2) il riconoscimento delle indicazioni geografiche; 3) i fenomeni del cosiddetto Italian Sounding.

Per quanto riguarda il primo punto, su richiesta delle associazioni imprenditoriali, abbiamo deciso di aprire tre desk anticontraffazione presso gli uffici Ice di Pechino, Istanbul e Mosca. Ritengo infatti che questo fenomeno vada combattuto in modo capillare in ogni singolo mercato, suppor-

tando in loco le nostre Pmi. Allo stesso modo e con ancora maggiore determinazione dobbiamo agire in Europa, in sede politica e giudiziaria, perché vengano sanzionati casi di flagrante informazione ingannevole, come quelli che si sono verificati all'Anuga.

Il problema della tutela delle nostre indicazioni geografiche va invece affrontato e risolto attraverso la conclusione di accordi bilaterali di libero scambio. Le ultime intese raggiunte con Corea, Singapore, Colombia, Perù, Paesi del Centroamerica, hanno permesso di varare un registro di indicazioni geografiche con l'iscrizione delle nostre denominazioni di origine protetta (dop) più note. Ci stiamo muovendo in questa direzione anche per gli accordi in corso di negoziazione: per chiudere il negoziato, alle battute finali, con il Canada - paese notoriamente contrario al sistema della protezione delle indicazioni geografiche - la Commissione europea sta puntando ad ottenere la completa protezione dei nostri dop. Potranno così finalmente essere esportati col loro nome il Prosciutto di Parma o il Prosciutto di San Daniele e sarà vietato che altri prodotti, se non quelli autentici, possano chiamarsi Parmigiano Reggiano. Rimarrà consentito l'utilizzo del nome generico parmesan solo se accompagnato da un'evidente indicazione del paese di origine sulla confezione. Stiamo lavorando con determinazione per arrivare ad ottenere questi

**Tre i fronti: contrasto alla contraffazione e alle imitazioni ingannevoli, più difesa per le Dop**

risultati perché l'accordo col Canada potrà diventare un utile precedente da replicare nell'accordo di libero scambio con gli USA, che hanno un mercato del food caratterizzato da numerosissimi esempi di imitazione dei nostri prodotti.

Per quanto riguarda il terzo fenomeno, quello dell'italian sounding - particolarmente subdolo - penso che si debba combattere in due modi: proteggendo le Indicazioni geografiche, con l'inserimento negli accordi di divieti di evocazione (e cioè l'impossibilità di usare sulla confezione di prodotti generici non originari del nostro paese segni grafici e immagini che alludono alla falsa origine italiana); organizzando campagne promozionali che sappiano indirizzare i consumatori stranieri verso i prodotti italiani.

Per portare avanti questa politica di protezione dei nostri prodotti del settore agroalimentare abbiamo istituito - su richiesta del presidente del comitato tecnico del Made in e della lotta alla contraffazione di Confindustria Lisa Ferrarini - un gruppo operativo, presieduto dai ministeri dello Sviluppo economico e delle Politiche agricole, che si riunisce con cadenza mensile e che ha il compito di affrontare le questioni re-

lative alla contraffazione, all'accesso ai mercati e all'italian sounding, in coordinamento con le amministrazioni competenti (ministeri Salute ed Esteri, Agenzia Dogane) e con le associazioni imprenditoriali.

*Viceministro allo Sviluppo economico*

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## LA STRATEGIA

